

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUDAYA BETAWI DALAM PARIWISATA DKI JAKARTA

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

Muhammad Rafi Agustin

NIM 42316010054

Program Studi Desain Komunikasi Visual


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing:

Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.DsCs

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

LEMBAR PERNYATAAN

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPRESIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	---

Semester : 8

Tahun Akademik : 2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rafi Agustin
Nomor Induk Mahasiswa : 42316010054
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUDAYA
BETAWI DALAM PARIWISATA DKI JAKARTA

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang memberikan pernyataan,



(Muhammad Rafi Agustin)

LEMBAR PENGESAHAN

	LEMBAR PENGESAHANSIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

Semester: 8

Tahun akademik: 2020

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Budaya Betawi dalam Pariwisata DKI Jakarta
Disusun Oleh :


Nama : Muhammad Rafi Agustin

NIM : 42316010054

Program Studi : ~~Desain Produk~~ / Desain Komunikasi Visual / ~~Desain Interior~~


Telah diajukan dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 29 Juli 2020.....

Pembimbing,


UNIVERSITAS
Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.DsCs

Jakarta, 14 Agustus 2020.....
MERCU BUANA

Mengetahui,
Koordinator Tugas Akhir


(Rika Hindraruminggar, S.Sn M.Sn.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Desain


(Rika Hindraruminggar, S.Sn M.Sn.)

**PROMOTIONAL MEDIA DESIGN OF BETAWI CULTURE
FOR JAKARTA TOURISM**

Muhammad Rafi Agustin
NIM 42316010054

ABSTRACT

DKI Jakarta as the State Capital of the Republic of Indonesia is a busy and fast-developing megapolitan city. But in the midst of developments in technology, Betawi began to fade and it is feared will be forgotten. To solve this case the writer was inspired to develop it through promotional media with new unique sales through pop culture. This can be used for creating interesting content in developing Betawi culture inspired by K-Pop culture promotional media strategy, without having to deviate from the Betawi cultural norms itself. So promotional media consists of animated videos was chosen as the output to provided through social media. Social media was chosen because the data obtained in the 2019 study currently has a great interest in social media making information, promotions can be more easily conveyed.

Keywords : Jakarta, Promotional Media, Social Media, Animation



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUDAYA BETAWI DALAM PARIWISATA
DKI JAKARTA**

Muhammad Rafi Agustin
NIM 42316010054

ABSTRAK

DKI Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia adalah kota megapolitan yang sibuk dan berkembang pesat. Namun di tengah perkembangan perkembangan teknologi Betawi, mulai memudar dan dikhawatirkan akan dilupakan. Dalam menanggapi hal ini penulis mendapat solusi yang terinspirasi mengembangkan budaya Betawi melalui media promosi dengan *unique selling* baru melalui budaya pop. Ini bisa menjadi dasar untuk membuat konten yang menarik dalam mengembangkan budaya Betawi yang terinspirasi oleh strategi media promosi budaya K-Pop, tanpa harus menyimpang dari norma-norma budaya Betawi itu sendiri. Sehingga untuk mewujudkan hal tersebut media promosi ini terdiri dari video animasi yang disediakan melalui media sosial. Media sosial dipilih karena data yang diperoleh dalam penelitian 2019 saat ini memiliki minat besar dalam pembuatan informasi media sosial, promosi dapat lebih mudah disampaikan.

Kata kunci: Jakarta, Media Promosi, Media Sosial, Animasi



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas akhir ini dalam bentuk maupun isinya yang sederhana dengan baik. Laporan Tugas akhir dengan judul **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUDAYA BETAWI DALAM PARIWISATA DKI JAKARTA”** ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna menyelesaikan mata kuliah Tugas akhir dan landasan perancangan Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Banyak hambatan yang dihadapi dalam seluruh proses penyusunan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak sehingga akhirnya Peneliti berhasil menyelesaikan penyusunan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada segenap keluarga Peneliti, yang telah memberikan kesempatan Peneliti untuk dapat menempuh pendidikan di bidang desain;
2. Ibu DR. Ariani Kusumo Wardhani M.Ds,CS selaku Dekan Fakultas Desain Universitas Mercu Buana dan juga Dosen Pembimbing Peneliti yang sudah meluangkan waktunya;
3. Bapa Bowo staff data dan pengembangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta, None Helen none pariwisata Jakarta Barat, yang telah membantu melengkapi data yang dibutuhkan Peneliti;
4. Teman-teman yang memberikan bantuan dan dukungan kepada Peneliti, baik offline maupun online yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proses maupun hasil dari Laporan Tugas akhir ini masih banyak kekurangan dalam proses penyusunan maupun hasil karena guru terbaik dalam proses belajar adalah pengalaman. Oleh karena itu, dukungan dan sumbangsih pikiran berupa kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak akan sangat Peneliti harapkan demi menjadi pribadi yang lebih baik di kesempatan mendatang.

Akhir kata, kembali Peneliti sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Proyek Akhir ini dari awal hingga

akhir. Peneliti juga mengharapkan Proyek Akhir ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman serta bermanfaat bagi para pembaca. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa mengiringi segala usaha kita. Amin.

Jakarta, 20 Juli 2020

Peneliti



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
I.PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Perancangan.....	1
B. Tujuan Perancangan.....	4
C. Manfaat Perancangan	4
II. METODE PERANCANGAN.....	5
A. Orisinalitas	5
B. Target /Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran).....	8
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	8
D. Skema Proses Kerja	12
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	14
A. Data Aspek Komunikasi Karya.....	14
B. Data Aspek Teknis / Teknologi Perancangan.....	17
C. Data Aspek Estetika / Keindahan Perancangan.....	24
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	37
A. Tataran Lingkungan/ Komunitas	37
1. Analisa Pengguna/Komunitas Karya.....	37
2. Kontribusi pada Masyarakat	37

B. Tataran Sistem	37
1. Cara Kerja Karya (cara Pengguna/ Komunitas Memahami karya)	37
2. Cara Penyebaran/ Distribusi/ Penempatan Karya.....	37
C. Tataran Produk.....	38
1. Proses Pra Produksi.....	38
2. Proses Produksi	46
3. Paska Produksi	51
D. Tataran Sistem	53
1. Konsep Visual	53
2. Konsep Material.....	56
3. Konsep Proteksi Karya	57
V. KEGIATAN PAMERAN.....	58
A. Deskripsi Karya.....	58
B. Kegiatan Uji Desain	58
C. Hasil Uji Desain	61
1. Kritik dan Saran.....	61
KEPUSTAKAAN	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bagian scene korean life dictionary	15
Gambar 3. 2 Ilustrasi Motion Graphic.....	19
Gambar 3. 3 Tampilan Warna Primer.....	25
Gambar 3. 4 Tampilan warna sekunder.....	25
Gambar 3. 5 Tampilan warna tersier.....	26
Gambar 3. 6 Contoh warna warm colours dan cool color.....	27
Gambar 3. 7 Contoh warna kontras komplementer.....	27
Gambar 3. 8 Contoh warna split komplementer	28
Gambar 3. 9 Contoh warna triad komplementer	28
Gambar 3. 10 Contoh warna tetrad komplementer.....	28
Gambar 3. 11 1 Contoh Gambar Ilustrasi Naturalis “Lukisan Monalisa”	31
Gambar 3. 12 Contoh Gambar Ilustrasi Dekoratif	31
Gambar 3. 13 Contoh Gambar Ilustrasi Kartun	32
Gambar 3. 14 Contoh Ilustrasi Karikatur.....	32
Gambar 3. 15 Contoh Ilustrasi Cerita Bergambar.....	33
Gambar 3. 16 Contoh Ilustrasi Buku Pelajaran.....	33
Gambar 3. 17 Contoh Ilustrasi Khayalan.....	34
Gambar 3. 18 Huruf Sans Serif	35
Gambar 4. 1 Story Board.....	39
Gambar 4. 2 Desain Karakter Pria Betawi.....	47
Gambar 4. 3 Desain Karakter Wanita Betawi	47
Gambar 4. 4 Desain Karakter Maskot Makanan Betawi.....	48
Gambar 4. 5 Ornamen Betawi Gigi Balang dan Kembang Goyang	49
Gambar 4. 6 Asset Seni Budaya	49
Gambar 4. 7 Aset Warisan Budaya	50
Gambar 4. 8 Aset Hidangan	50
Gambar 4. 9 Proses Animasi Frame by Frame	51
Gambar 4. 10 Proses Animasi After Effect.....	51
Gambar 4. 11 Proses Editing	52
Gambar 4. 12 Tetrad Complementer Color	53
Gambar 4. 13 Typeface Sunday Morning	53
Gambar 4. 14 Font Sunday Morning Pada Penggunaanya	54
Gambar 4. 15 Karakter Bang Jali	54

Gambar 4. 16 Karakter Non Ipeh.....	55
Gambar 4. 17 Karakter Si Buya.....	55
Gambar 4. 18 Ornamen dan Background.....	56
Gambar 4. 19 Hasil Video Animasi Media Promosi Budaya Betawi	56
Gambar 5. 1 Video Animasi Promosi Budaya Betawi.....	58
Gambar 5. 2 Laman Utama Pameran Media Promosi Budaya Betawi	59
Gambar 5. 3 Mock Up Media Pendukung	60
Gambar 5. 4 Mockup SubWay Ads	60
Gambar 5. 5 Viewers Pameran.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Inspirasi Karya Sejenis.....	5
Tabel 2. 2 Inspirasi Karya Sejenis.....	6
Tabel 2. 3 Inspirasi Karya Sejenis.....	7
Tabel 2. 4 Biaya pra produksi.....	10
Tabel 2. 5 Biaya Produksi.....	11
Tabel 2. 6 Biaya Pameran.....	11
Tabel 2. 7 Total Biaya Keseluruhan.....	11
Tabel 4. 1 Referensi Visual.....	39
Tabel 4. 2 Story Board.....	46
Tabel 5. 1 Kritik dan Saran.....	62



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3. 1 Konten visual yang disukai.....	14
Diagram 3. 2 Media promosi yang sering dilihat	14
Diagram 3. 3 Ilustrasi yang disukai masyarakat	34

